融媒体环境下电视编导如何转型

刘　悦
（江西广播电视台，江西 南昌 330046）

摘　要：融媒体环境下，电视媒体技术正在不断发展，电视编导需要学习更多创新技术，推动整个行业的转型升级。传统媒体的从业人员需要紧跟时代发展变化，转变传统的思维模式并且积极完善自身的业务素养，适应融媒体时代背景下的发展需求。本文将对融媒体环境下电视编导转型的策略进行分析讨论。

关键词：融媒体；电视编导；转型升级；传播特点　　**中图分类号：**G224　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）07-120-03　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.07.036
本文著录格式：刘悦 . 融媒体环境下电视编导如何转型 [J]. 中国传媒科技，2021（07）：120-122.

导语

传统媒体受到新媒体冲击以来，电视媒体赖以生存的广告收入陷入了大幅度下滑的局面，融媒体形式的出现也让电视媒体行业开始积极推动行业转型升级。电视编导人员的职业素养和发展目标也发生了变化，新媒体从业人员拥有的技术结合传统媒体行业人员具备的经验相结合才能让电视媒体行业重新在融媒体时代站稳脚跟。所以电视编导需要积极学习新的知识，总结经验，实现自身的转型升级。

1. 融媒体环境下电视编导的角色定位及转型的意义

在新时代背景下，相较于互联网媒体而言，电视媒体在时间及空间上具有较强的限制以及劣势，并且电视节目具有固定性，播出成本高。在这一背景下，电视编导的角色定位要通过优化节目，减少电视媒体的劣势，使得电视节目比一般网络媒体节目具有更强的吸引力，通过严格的逻辑、合理的编排以及丰富的思想，来保障节目的质量，使人们在享受电视娱乐之余，能够提高自身的思想境界。除此之外，电视编导还可以通过设计挖掘一些优秀的节目，通过电视媒体向群众传播正能量，引导正确的舆论方向。

在媒体融合背景下，为了进一步满足新时代对电视媒体发展的需求，电视编导的创新和转型具有非常重要的现实意义以及实践价值。针对新时代背景下成长的年轻观众群体，相对于传统电视媒体来说，他们更喜欢互联网媒体，为了提高电视媒体的群众基础，传统媒体需要具有更强创新思维的电视编导，进一步实现与新媒体之间的融合发展，使得年轻群体能够接受电视这一传统媒体形式。除此之外，由于近几年来我国经济社会得到了迅速的发展，人们的精神以及思想水平也到达了一定的高度，对电视媒体的形式以及播出内容，提出了更高的要求，这就促进了电视媒体的深化改革。

2. 融媒体下媒体行业的传播特点

2.1　速度广度有所提升

传统的广播电视行业在发展过程中开始不断融合新的信息技术，融合过程中移动互联网开始广泛普及，媒体行业受到了较大的冲击。移动互联网的出现让信息传播的速度和广度都不断增强，传统媒体望尘莫及，所以传统电视节目的制作流程面临着改革的局面。[1] 和传统媒体相比，融媒体时代，人们应用互联网可以直接了解新闻等相关信息内容，打破了地域限制和时间限制。

2.2　受众群体在电视媒体行业传播过程中起到了重要作用

融媒体背景下，媒体行业开始越来越重视受众群体，以广告为主要经济来源的融媒体形式需要广泛的受众群体来打开市场。所以电视编导以及相关工作人员都开始重视节目制作过程中吸引受众的手段，了解更多技巧才能和受众有更近的距离。

2.3　互动性增强

交互性是融媒体时代媒体行业的主要特点之一，在发展过程中电视编导除了要保证信息内容的严谨性和真实性，还要确保语言风格的风趣幽默性，这样才能吸引更多受众群体。[2] 当前融媒体背景的影响下，受众群体在互联网中接受信息的形式逐渐多样化，所以电视编导要积极和受众群体互动，发挥传统媒体优势的同时也要接受受众意见，通过交互性来实现电视媒体行业突破创新的发展。

3. 电视编导转型需要注意的问题

首先，电视编导在融媒体背景下，要认识到电视媒体行业的影响力，互联网技术不断发展，新闻媒体的受众群体不断增加，影响力会在短时间内不断增长，这对电视媒体来说既是机遇也是挑战。电视编导要充分利用好当前的发展机遇，转化原有的编辑模式。在传统模式的影响下，电视编导的视野比较狭窄，新闻内容的编辑思路过于传统死板，难以获得受众群体的欢迎。

其次，电视编导需要认识到新闻内容的性质，学会正确判断、处理新闻信息。融媒体背景下媒体的新闻信息处理量不断增强，部分不专业的新媒体对新闻信息的把控能力较差，新闻内容的真实性难以考证，而且大量的假新闻、标题党等也会影响电视媒体自身的发展。[3]

最后，电视编导要契合融媒体发展背景，转变传统的工作理念，在日常操作中不能根据传统电视媒体新闻内容的操作经验形成固定化的思维模式。创新技术在融

媒体背景下的应用需要得到电视编导的重视，无论是信息采集还是新闻编辑都要有全新的模式，根据经验驱使很难挖掘到新的热点，受众关注点也难以把控。

4. 电视编导转型的基本策略

4.1 转变思维方向，理解创新理念

电视编导在当前的媒体时代中，不仅需要面对电视观众，还有网民观众。这需要电视编导在工作过程中转变理念和思维。思维方向转型首先要从电视节目的策划入手，电视编导可以根据受众群体的喜好进行分析来进行个性化定制。群体化到个性定制化的转变可以让大众传播方向契合融媒体发展规律，电视节目也能更加丰富多彩，受众的参与体验感增强，电视节目的受众基础也会更加稳固。[4]其次，编导人员需要加强自身的政治素养和职业道德精神，在原有专业素养的基础上，编导人员要学习新时代的政治知识，在满足受众需求的前提下，电视节目也要宣传社会正能量，起到电视节目应有的影响作用。最后，要加强社会使命感，电视编导要对电视媒体传递出的新闻内容负责，确保节目新颖出彩的前提下也要让受众群体从新闻信息中获得更多精神上的满足。[5]

4.2 积极转变生产模式，吸引更多受众群体

电视媒体在融媒体背景的影响下要积极转变生产模式，让新闻信息更快速地传递到受众群体中。首先，电视编导要了解当前新媒体形式爆红的原因，了解原生态视频内容吸引受众的元素，在现有的节目中应用轻松的表情包或者一些网络语言，让新闻内容更受受众喜爱。其次，电视编导在制作节目的过程中要了解受众喜好，当前新媒体形式下受众更喜欢真实的内容，新闻信息要体现简约的风格，给受众评论和反馈的机会。另外，电视编导要积极畅通和受众的交互渠道，多种内容生产的模式需要一个和受众交流的畅通渠道。融媒体时代影响下，传统电视媒体的经验和新技术的结合才能让生产模式更加科学、更加符合受众群体的需求，所以电视编导要做一个合格的传播者，一定要积极转变编辑模式，积极融合互联网传播内容，通过开通公众号、头条、抖音等互联网账号，接受更多的信息反馈，同时也保证了新闻信息的宣传强度。

4.3 保留核心优势的前提下扩宽视野

电视媒体自身有着较强优势，电视编导要在凸显节目核心优势的前提下，向新媒体形式学习借鉴。首先，电视编导在采集、选择节目内容的过程中要拓宽视野，积极向网络领域探索。其次，电视编导要充分发挥出新闻内容的优势，新媒体形式鱼龙混杂，新闻信息的真实性难以考证，电视编导要在众多媒体中发挥出权威的力量，让最真实、严谨的内容呈现在受众面前。最后，电视编导要重视当前编辑内容的局限性，积极扩宽领域和视野，了解受众需求和时代发展特点才能让自身的专业能力不断提升。除此之外，接触全新的网络技术也是发挥电视节目优势的重要影响因素，网络时代中的各项技术因素都是为媒体行业而服务，电视编导要积极探索，实现创新发展。

4.4 推动媒体融合工作，保留扩展受众群体

由于新时代对传统电视媒体的发展提出了更高的要求，因此电视编导需要正确认识目前新媒体的发展趋势，以及电视媒体未来媒体融合的发展方向，对电视媒体未来的发展有一个更长远的规划，以及具体的发展策略。电视编导要有意识地推动传统电视媒体与新媒体之间的融合。比如在电视节目当中与观众开展微信互动，或者是在电视节目中结合直播平台这一形式的，使得不同年龄阶段的受众都可以通过自己喜欢的方式与电视节目进行接触，扩大传统电视媒体的影响力。除此之外，电视编导还可以有效地借助互联网这一信息分享平台，在网络平台上向大众分享传统电视节目的资源，保证电视节目的受众群体可以在任何时间以及任何地点下载并观看自己喜欢的电视节目，打破传统电视媒体在时间以及空间上的局限性。针对电视节目的宣传工作，电视编导可以结合电视节目的受众群体，进行深入的分析以及研究，并与受众群体较为喜爱的网络平台开展合作，通过剪辑一些趣味性较强，与人们日常生活较为贴近的节目花絮，或者是编写一些形象生动，共情能力强的宣传语，提升宣传内容对于受众群体的吸引力，进一步扩大传统电视媒体的受众群体。

4.5 提升编导自身专业水平和工作能力

随着时代的迅速发展，在媒体领域涌现出许多的新思想以及新观点。因此，电视编导在开展节目编导工作中，更应当主动学习并吸收他人一些优秀的观点以及思想，提高自身的创新能力，避免自身电视编导工作受到个人思想观点的限制。想要有效地丰富电视编导思维，避免受到个人观点限制，加强电视编导队伍的合作是非常重要的，只有加强电视编导之间的沟通交流，才能碰撞出更多思维的火花。这就要求电视编导队伍的主要领头人，必须不断加强自身领导能力的培养，提高沟通交流能力，能够及时了解团队内每位成员的想法，同时筛选整理出一些有效的意见。除此之外，虽然现在媒体信息的传播速度非常的迅速，但是节目的内容仍旧是影响电视节目质量的重要因素，所以电视编导在进行节目编导时，必须重视其内容的质量。现在许多电视媒体的节目在编排过程中，出现了许多知识上的错误，从而极大地影响了电视节目自身的质量。因此，电视节目编导还需要不断的学习，并丰富自身的知识储备，扩大优化自身的知识结构，根据电视节目主题，主动了解相关领域的信息知识，从基础上增加电视节目的认可程度以及可信程度，实现电视节目知识更新，做到与时俱进。

4.6 提高电视栏目互动功能，推动电视栏目优化转型

在当前媒体融合的大环境下，用户群体是支撑电视媒体发展的重要基础。然而，目前许多电视栏目却忽视了与观众之间的互动交流，导致电视栏目以及电视编导很难及时有效地掌握用户群体的偏好以及感兴趣的内容。并且由于受众群体缺乏与电视栏目的交互渠道，降低了用户在观看电视栏目过程中的存在感，以及对自身的尊重感，降低了与电视媒体之间的黏合程度。基于此，电

视编导想要进一步推动电视栏目的发展，实现融媒体背景下自身的有效转型，就可以进一步推动电视栏目与观众群体之间的交流互动过程，通过开放抖音公众号等多渠道，使得电视编导能够在评论区了解用户群体的偏好以及感兴趣的内容，而用户也能够通过与电视媒体工作人员交流互动，获得足够的存在感，以及被尊重感，加强与传统电视媒体之间的联合程度。值得注意的是，虽然许多电视栏目已经开通了抖音号、公众号的交流互动渠道，往往只是简单地将自己的节目信息以及安排进行公布，缺乏对用户声音及时的回复。这往往会导致用户难以感受到电视媒体工作人员的重视，产生适得其反的效果。因此，电视编导人员要重视起与用户之间的交流，使得编导人员与用户群体能够及时的互动以及交流，进一步推动电视媒体健康积极的发展。

结语

电视编导自身的专业能力和时代发展节奏相匹配，可以让融媒体时代的电视传媒行业更具备优势，有更稳定的受众群体。融媒体背景下，电视编导要对自身的角色和使命有一个清晰的认知，积极扩展采访编辑内容，切实提升电视媒体在融媒体环境中的竞争力。传统广播媒体和新时代媒体融合的过程中需要电视编导积极提升自身的专业素养，找到产业转型升级的关键点，理清工作思路，融合改革环境才能让电视媒体实现更长远的发展。媒

参考文献

[1] 吴佑喜 . 浅谈媒体融合环境下广播电视编导的转型 [J]. 新闻研究导刊， 2019（18）：144-145.

[2] 陈琳娜 . 融媒体时代广播电视编导专业教学改革策略 [J]. 记者摇篮， 2019（11）：9-10.

[3] 曹鹏 . 融媒体视域下电视编导人员转型之路 [J]. 采写编， 2019（4）：104-105.

[4] 马欣 . 媒体融合时代广播电视编导的转型 [J]. 西部广播电视， 2017（1）：169-169.

[5] 唐崇维 . 媒体融合背景下广播电视编导专业实践教学模式探析 [J]. 新闻研究导刊， 2018（1）：23-24.

作者简介：刘悦（1978-），女，江西南昌，新闻编辑中级职称，研究方向：工商管理。

（责任编辑：胡杨）

（上接第107页）

特色以及节目内容特色，各个层面因素都要得到电视节目拍摄与编排人员重视。电视编辑节目如果无法突出地域人文特色，那么电视节目的强烈情感吸引力就会明显被削弱，不利于电视编辑节目达到吸引受众的效果。

电视新闻编辑的业务人员需要确保全面着眼于拓展视野与角度，深入采访实地来收集完整与丰富的地域人文特色资源。通过实施以上创新调整，电视节目的具体策划工作人员才能制作出带有情感吸引魅力的全新专题节目主旨内容，合理运用新媒体平台来渲染并且烘托电视专题节目特有的外观视觉感染与震撼效应。

4.4 提升电视新闻编辑人员的信息化业务素养

新闻编辑人员本身需要具备优良的信息化实践业务能力，如此才能保证电视新闻编辑业务人员能做到正确处理应对融媒体环境下的新闻素材信息编辑处理过程，从而为电视媒体受众呈现真实的新闻信息内容。新闻编辑人员自身需要具备良好的信息化素养以及新闻素材整合处理能力，善于运用融媒体手段来处理大量的新闻数据信息素材，并且结合融媒体手段来增进电视新闻受众的交流互动。新闻编辑人员应当严格确保新闻素材与资源真实性，切实防止与杜绝电视新闻编辑运用虚假方式来制作处理新闻原始数据资料。

结语

经过分析可见，电视新闻编辑类的节目要尽快转变节目原有内容与形式，旨在突出多样化与丰富性的新闻编辑类电视节目特征，运用合理的对策思路来迎合融媒体挑战。具体在实践中，电视新闻的编辑业务人员应当善于转变创新节目编辑工作思路，正确运用融媒体的平台渠道来增加电视栏目的情感吸引效果，确保与电视媒体受众保持紧密的良好互动关系。媒

参考文献

[1] 董鑫 . 融媒时代电视台编辑思维创新的重要性 [J]. 卫星电视与宽带多媒体，2020（12）：218-219.

[2] 朱倩 . 浅谈融媒体形态下如何做好地方台电视新闻编辑类节目 [J]. 新闻研究导刊，2020（4）：142-143.

[3] 苑东艳 . 融媒体背景下电视新闻编辑类节目如何提升融合力 [J]. 传播力研究，2019（20）：97-98.

[4] 张晨光 . 网络化形势下增强新闻编辑业务素养的研究 [J]. 传播力研究，2019（16）：145+147.

[5] 徐晓丹 . 新媒体环境下广播电视编辑工作现状及发展趋势研究 [J]. 才智，2019（15）：231.

[6] 徐辉 . 电视台新闻编辑策划能力提升的策略分析 [J]. 传播力研究，2019（11）：182.

[7] 高冰 . 探讨新媒体环境下电视新闻编辑的多样化 [J]. 传媒论坛，2019（3）：71+73.

[8] 李庆 . 新媒体环境下电视新闻编辑的创新能力初探 [J]. 今传媒，2019（1）：114-116.

作者简介：张艺芳（1974-），女，河南濮阳，记者（中级），研究方向：新闻。

（责任编辑：胡杨）